(Ingresa a Sala una delegación de Compañía Industrial de Tabacos Monte Paz S.A.)

SEÑORA PRESIDENTA.- La Comisión de Salud Pública tiene mucho gusto en recibir al señor Fiandra, Director, y al señor Mercader, asesor, quienes asisten en representación de la Compañía Industrial de Tabacos Monte Paz S.A.. y a quienes pedimos disculpas por la hora, pero el invitado anterior se extendió más de lo previsto en el uso de la palabra.

SEÑOR MERCADER.- Quiero indicar que voy hacer uso de la palabra en primer lugar como asesor de la Compañía y después solicitaré a la Presidencia se la conceda al señor Fiandra. Antes de continuar, agradezco, por supuesto la invitación que hemos recibido para asistir a esta Comisión del Senado.

Habíamos pedido esta reunión a mediados de mayo, en el entendido de que todo el tema antitabaco se iba a regular por ley, pero no ha sido así, sino que se hizo a través de un decreto. Esto nos ha llevado a que traigamos a este seno ciertas preocupaciones en cuanto a la forma en que se ha procesado el tema.

Por supuesto que en cuanto al fondo del asunto -que es el tema de la campaña por la salud- la Compañía va a aceptar, acatar y cumplir como siempre lo ha hecho con todas las normas. Cabe destacar que se trata de una empresa con 125 años de trayectoria en el país que, repito, siempre ha cumplido, por lo que por supuesto cooperará en las tareas de educación y prevención junto con las autoridades.

Por otro lado vamos a leer algunos artículos de la Constitución que queremos que consten en la versión taquigráfica. Por ejemplo, el artículo 7º establece: "Los habitantes de la República tienen derecho a ser protegidos en el goce de su vida, honor, libertad, seguridad, trabajo y propiedad. Nadie puede ser privado de estos derechos sino conforme a las leyes que se establecen por razones de interés general".

En el mismo sentido, el artículo 10 dice que ningún habitante de la República será obligado a hacer lo que no manda la ley, ni privado de lo que ella no prohíbe. A su vez, el artículo 36 establece que toda persona puede dedicarse al trabajo, cultivo, industria, comercio, profesión o cualquier otra actividad lícita, salvo las limitaciones de interés general que establezcan las leyes.

Por último, el artículo 29 de la Constitución, con referencia a la libertad de expresión señala que las únicas limitaciones en materia y abusos que se cometieren serán establecidas con arreglo a la ley. Esto es lo que la doctrina, por unanimidad, en nuestro país, llama reserva de la ley, que refiere a aquellos temas que solamente pueden ser objeto de ley y no de normas de grado inferior, léase decretos, resoluciones, etcétera.

Son artículos que confirman que, para regular o limitar las libertades individuales se requiere siempre ley -criterio formal- basada en razones de interés general, que es el criterio material. Reitero: leyes formales basadas en razones, los señores Senadores conocen muy bien esto.

Sin embargo, a pesar de lo expresado hay cuatro decretos que fueron sancionados y firmados el 31 de mayo que establecen regulaciones y limitaciones a la libertad de trabajo, de comercio e industria -artículo 36- libertad de expresión -artículo 29- es decir, todos ellos materia de ley que debe ser aprobada por el Parlamento.

Muy rápidamente, quiero señalar los cuatro decretos: el Nº 168, que contiene medidas para garantizar ambientes cien por ciento libres de humo; el Nº 169, que prohíbe la publicidad de productos y/o marcas de cigarrillos, tabacos y afines en los canales de televisión durante el horario de protección al menor; el Nº 170, que prohíbe la esponsorización a través de la publicidad, promoción, etcétera, en los escenarios deportivos y en toda la práctica del deporte y, por último, el Nº 171, que dispone que el 50% de las superficies totales de las cajillas debe contener una advertencia que puede consistir en frases, pictografías, fotografías, etcétera.

Todos estos decretos, como las señoras y señores Senadores saben, se basan en el Convenio Marco de Lucha Contra el Tabaco firmado por la República, ratificado por el Parlamento, en el marco de una operación general de la Organización Mundial de la Salud. Sobre él quiero hacer un par de comentarios. Como su nombre lo indica es un Convenio Marco, es decir, no es el tipo de Tratados que tiene normas imperativas y que dice qué hay que hacer. Si los señores Senadores lo leen -seguramente ya lo han visto- verán que señala orientaciones, recomendaciones y, muchas veces, con un grado de flexibilidad, de latitud, que el país debe definir. Quiere decir que, al carecer de mandatos de aplicación directa e inmediata, sus recomendaciones para llegar a su aplicación requieren de actividad jurídica ulterior, o sea, de una ley interior que las internalice y que opte entre las diversas posibilidades que el propio Convenio recomienda. Por eso se llama Convenio Marco. Por ejemplo, el artículo 11, que regula el etiquetado de las cajillas, dice que sus recomendaciones serán aplicadas por los Estados de conformidad con su legislación nacional. El propio Convenio Marco, en varias oportunidades reitera que las normas, para imponerse en un país, deben ser internalizadas mediante lo que corresponda, en el caso del Uruguay, mediante leyes; en otros países puede ser de otra manera.

Esto ha llevado a que en la mayoría, por no decir en la totalidad de los países, las normas y campañas antitabaco y de prevención de salud en esta materia, se han hecho por ley. Algunos ejemplos son: España, Francia, Italia, Noruega, Rusia, Irlanda, Polonia, Canadá y Brasil. A este respecto, después vamos a dejar un memo. Mientras tanto, en países del área como Argentina y Chile, donde el tema está pendiente, lo que se estudia son proyectos de ley.

No conocemos que esto se regule por decreto, normalmente se hace por ley, precisamente, por esas características que tiene el Convenio Marco, esa remisión que hace al orden jurídico interior y esa necesidad de respetar el orden Constitución, Ley, Decreto.

El tema de los decretos, la forma en que se aprobaron estas disposiciones -o sea, no a través de una ley coordinada, orgánica- nos ha planteado situaciones muy difíciles de resolver, con muchas contradicciones y errores que, a modo de ejemplo, queremos compartir con los presentes. Uno de los errores tiene que ver con el horario de protección al menor. La norma de horario de protección al menor se remite el Decreto Nº 445 del año 1988. Ese decreto, que es la base del sancionado el 31 de mayo, en su

artículo 4º dice que se exceptúa de cumplir con el horario de protección al menor a los programas deportivos, de contenidos políticos e informativos.

Quiere decir que un programa deportivo que se emita a las tres de la tarde, o un programa periodístico o informativo, puede tener publicidad de tabaco. Esto es lo que establece este decreto al remitirse al Decreto Nº445 del año 1988. No se observó que aquí se exceptuaba nada menos que los noticieros, programas informativos, deportivos o de carácter político como pueden ser los debates, etcétera. Simplemente anoto esto a título de evidente error a corregir.

Por otra parte, el Decreto 171 expresa que las advertencias sanitarias deberán ocupar el 50% de las superficies totales de las cajillas. Fíjense los señores Senadores que esto se hace, invocando el artículo 11 del Convenio Marco. Sin embargo, dicho artículo del Convenio Marco -como marco que es- no establece un porcentaje exacto sino que expresa que la advertencia en las cajillas deberá tener un espacio mínimo del 30% a un máximo del 50% y agrega: "de las superficies principales expuestas". En todo el mundo se entiende que esta expresión refiere a las dos caras grandes de las cajillas donde normalmente se colocan las advertencias. Sin embargo, este decreto ha ido más lejos y al hablar del 50% de las superficies totales ha superado lo que el Convenio Marco recomendaba y se ha ido al 60%, 65% o 70% de cada cara lo que implica una clara contradicción con aquél, que estableció un porcentaje máximo.

Otra imperfección que se presenta -a consecuencia de haber utilizado la vía administrativa y no haber arbitrado este tema a través de la vía legal de una ley orgánica y coherente- es la del Decreto 170, que refiere a prohibiciones en las actividades deportivas y comprende a los escenarios deportivos. Dice textualmente: "...y en general, en todas las actividades relacionadas con la práctica del deporte de nuestro país". Eso quiere decir que cuando no se trata del deporte de nuestro país sí se puede hacer publicidad de cigarrillos. En conclusión, en una final de la Copa Europea emitida, por ejemplo, a las tres de la tarde, podría haber publicidad de cigarrillos porque no está en juego el deporte de nuestro país. Creemos que lo que se quiso decir aquí es "el deporte en general" y no "de nuestro país".

De paso digo que la Compañía Monte Paz, con cien por ciento de capitales nacionales, que no tiene una proyección internacional que le permita competir con las otras marcas que se venden a nivel local -Philip Morris y B.A.T- queda totalmente desguarnecida porque, como ocurre actualmente, cuando se emite la Fórmula Uno, la Copa de la UEFA o las finales de la NBA -que no es deporte nacional, como dice el decreto- hay publicidad de esas marcas. Quienes ven la Fórmula Uno, podrán observan que normalmente aparecen Marlboro y otras marcas de cigarrillos. A través de este decreto, lo anterior va a ser totalmente legal porque lo que no se puede hacer es publicidad en el deporte de nuestro país y sí se puede hacer en el deporte de otros países.

Repito que señalo estas situaciones a título de ejemplo para que se vea cómo, por la suma de cuatro decretos -y no en una ley articulada- se pueden cometer errores, contradicciones e imperfecciones que colocan a la industria en una posición de no saber a ciencia cierta qué hacer, de tener que interpretar cuál fue la intención de quien lo decretó y, a su vez, tratar de hacer las cosas lo mejor posible.

Este es el análisis rápido de la parte legal que queríamos realizar.

SEÑOR FIANDRA.- Por mi parte me voy a referir a la actividad de la empresa.

La Compañía Industrial de Tabacos Monte Paz es un complejo agroindustrial con 125 años de trayectoria y está integrada, en su totalidad, por capitales uruguayos. Abarca, desde el apoyo de cultivos de tabaco en el país hasta la producción, para consumo local y para la exportación, de cigarrillos rubios y negros de diversos tipos y versiones y también se producen paquetes de tabaco para armar. Es la única empresa del país que realiza de forma íntegra el proceso productivo: compra del tabaco de producción nacional, procesamiento del tabaco en hoja, producción de hebra, fabricación de cigarrillos y distribución. La empresa abastece el 75% de la demanda local con marcas líderes, como Nevada y Coronado, y coloca parte de su producción en los mercados estadounidenses, japoneses, en Hong Kong, en Singapur y también en países latinoamericanos. Las plantas de fabricación se encuentran entre las más modernas y avanzadas de América Latina, tanto en instalaciones y maquinarias como en los procesos tecnológicos.

En el período 1992-2002 se realizaron inversiones, en activo fijo, cercanas a los U$S 50:000.000 y seguimos embarcados en un proceso de modernización y de inversión que aumenta su eficiencia sin reducir su plantilla de trabajadores.

La empresa genera trabajo directo en sus plantas industriales de Montevideo y Rivera empleando a 600 trabajadores. Se trata de empleo calificado y bien remunerado. En los cultivos de tabaco de Artigas y Rivera, asistidos y realizados por Monte Paz, encuentran su sustento 500 familias.

En la zafra 2004-2005 participaron 936 personas si se suman trabajadores permanentes, zafrales y jornaleros, lo que incluye el personal de la Estación de Acopio "El Fortín" en Artigas -donde se recibe la producción- y la planta industrial de Rivera, donde es procesada. En tareas de distribución trabajan 400 personas. La comercialización de los productos se realiza a través de 15.500 comerciantes minoristas que en muchos casos tienen su principal fuente de ingreso en la venta de cigarrillos. El funcionamiento de Monte Paz requiere, además, de innumerables proveedores que la abastecen de productos y servicios.

Sólo por concepto de IMESI la empresa aporta anualmente al Estado algo más del 3% de la recaudación total de la Dirección General Impositiva. Su actividad representa aproximadamente el 3.4% del Producto Bruto Industrial. Los aportes anuales al Banco de Previsión Social suman U$S 2:700.000, promedio de los últimos seis años. El total de retribuciones brutas anuales pagadas por la empresa alcanza los U$S 12:500.000, también promedio de los últimos seis años.

El convenio colectivo que regula los acuerdos entre la empresa y sus trabajadores ha sido pionero y fue reconocido como modelo en las relaciones laborales en el país. Desde hace más de cuatro décadas no se registran conflictos laborales en Monte Paz.

La industria tabacalera dispone desde hace muchos años de un sistema propio de asistencia médica, el Servicio Médico de la Asociación de Fabricantes de Tabaco y Cigarrillos, que se puede definir verdaderamente como preventivo e integral. Se contratan los mejores médicos generales, especialistas y centros hospitalarios, y se ofrecen las medicinas y los tratamientos más avanzados.

Monte Paz es la única empresa que se compromete por contrato a comprar íntegramente el tabaco uruguayo cultivado en Artigas y Rivera. Este representa aproximadamente el 10% de la totalidad del tabaco consumido por la empresa, que ha asistido y

organizado el cultivo. El área de siembra en suelos con limitadas posibilidades es de 330 hectáreas y está repartida entre los departamentos de Artigas con 230 hectáreas y Rivera con 100 hectáreas.

Por concepto de compra de tabaco nacional se paga un promedio de U$S 1:100.000 anuales. Las erogaciones en materia de sueldos en Artigas y Rivera trepan a U$S 900.000 en los doce meses. Sólo por compra de fertilizantes, gasoil y otros insumos, se invierten U$S 250.000. Si se agregan los restantes rubros, el movimiento total alcanza los U$S 3:000.000 anuales, unos $ 75:000.000 en los dos departamentos mencionados.

La implantación y el mantenimiento del cultivo de tabaco a través de la intervención de la empresa han derivado en obras de infraestructura y apoyo a los servicios de educación y salud.

Los objetivos de la empresa han sido de dos órdenes: generar fuentes de trabajo en una zona de gran importancia socioestratégica para el país y coadyuvar al afincamiento poblacional en la región fronteriza. El cultivo ha traído aparejado, además, un cambio cultural de signo muy positivo entre los pobladores, la incorporación de habilidades y destrezas -informática, administración, manejo de campos, etcétera- así como el mantenimiento de los agricultores ya existentes.

En lo referente a la carga impositiva que grava el producto, creemos que se debe ser muy cuidadoso en sus modificaciones. Actualmente, las dos terceras partes del precio que paga el consumidor van a las arcas del Estado, y con el tercio restante deben cubrirse costos de fabricación, márgenes de distribución, comercios minoristas y venta.

La empresa no comparte la idea de que el encarecimiento del producto por encima de las posibilidades del mercado desemboque necesariamente en un descenso del consumo. Creemos, por el contrario, que el efecto será un desplazamiento del consumidor del mercado formal al informal, que representa en la actualidad un 25% del mercado total.

Hoy, ya dos de las cinco marcas más vendidas de cigarrillos provienen del comercio ilegal. El fenómeno está tan extendido que dichas marcas pueden adquirirse, incluso, en comercios establecidos. Las diferencias de precios son sustantivas. El cigarrillo de contrabando le cuesta al consumidor la mitad o menos que el legal.

Para terminar, reiteramos nuestra disposición a cooperar con las autoridades en el cumplimiento de las normas vigentes y en los esfuerzos de educación y prevención que se lleven adelante. Pero nos parece esencial llamar la atención a los integrantes de esta Comisión sobre un proceso que podría culminar en la asfixia de una empresa tabacalera nacional con 125 años de trayectoria en nuestro país, caracterizada por su estabilidad y prudencia, de la cual dependen centenares de familias en el interior y en Montevideo. Más grave todavía es que, junto con este proceso, y sobre la base de una demanda que no se puede reducir de un día para el otro, florezca como nunca el contrabando o se le abra camino, inadvertidamente, a productos legalmente importados que poco le reportan al Estado y al país.

Esto es lo que queríamos comentarles.

Como idea final, queremos trasmitirles nuestra intención de colaborar en este proceso, pero que se dé ordenadamente, porque si se toma el ejemplo de lo que puede pasar con los plantadores en Artigas y en Rivera, no queremos decir a la gente, de un día para el otro: "Deje de plantar". Tenemos muy claro que hay que separar la salud, por un lado, y el trabajo por otro. Como decía, queremos llevar adelante un camino muy ordenado, pero en determinados lugares, especialmente, no producir ningún tipo de crisis porque, como tales, son duras, aunque sabemos que hay gente que depende de eso.

Muchas gracias por habernos escuchado.

SEÑORA PRESIDENTA.- Quisiera saber cuáles son las disposiciones que la empresa tomó desde la aprobación del Convenio Marco, porque éste tiene un articulado y un preámbulo. En ese sentido, creo que hay aspectos del propio preámbulo -es parte de lo que se aprobó- que, incluso dentro del marco que definen, plantean la posibilidad de ir aún más allá de las propias cosas que están contenidas dentro de lo aprobado. Esto implicó un debate; quisiéramos saber qué significó en particular para su empresa desde la aprobación del Convenio Marco que, como todos sabemos, el Uruguay fue el primer país en Latinoamérica que lo aprobó.

SEÑOR FIANDRA.- Lo primero que hizo la empresa fue cumplir con la norma de colocar las advertencias en las cajillas nuevas, que ya están en la calle y que los consumidores ya las tienen en gran parte. El 28 de junio es la última fecha para sacar cajillas sin la advertencia.

En general, lo que ha significado la aprobación de ese Convenio Marco es ponernos a pensar, primero, en cómo sustituir el mercado que seguramente vamos a perder y hacer esfuerzos mayores por la exportación, que no es un tema fácil, pero lo estamos haciendo. Pensamos, sobre todo, en cómo sustituir, dentro de la empresa, los ingresos que vamos a perder por este lado. También pensamos que el Estado va a tomar algún camino serio con respecto al contrabando, porque ahí las economías se pueden balancear mejor.

En el artículo 5º del Decreto se habla de controlar más el contrabando y se da alguna recomendación a la Dirección Nacional de Aduanas. Sin embargo, cuando leemos los diarios, advertimos que el Director Nacional de Aduanas señala que no tiene recursos ni personal suficiente. Entonces, esa situación nos preocupa porque, de algún modo, va en contra de la realidad que se pretende tener.

SEÑOR MERCADER.- La empresa mantiene un contacto permanente con las autoridades del Ministerio de Salud Pública en todos sus niveles, más concretamente con el Director Nacional de Salud, Doctor Basso, con el Presidente de la Comisión de Lucha Contra el Tabaco, Doctor Abascal y con el Doctor Silva, quien también la integra. Como señalaba el señor Fiandra, en el caso de la advertencia en las cajillas ha habido una sustitución y las que están ingresando al mercado ahora destinan el 50% de cada una de sus caras a esos efectos. Ahora se dictó un decreto que aumenta ese porcentaje y suponemos que se aplicará después, porque no tiene fecha. Ese es otro de los elementos que llaman la atención, puesto que hay algunos decretos que tienen fecha de aplicación y otros, como el referido a la advertencia en particular, no. De todos modos, señala que el Ministerio de Salud Pública proveerá o dictará las normas adecuadas para ver cómo son las fotografías y demás. Perdón por la insistencia, pero se trata de un tema del Poder Legislativo y no del Poder Ejecutivo. No obstante, esperamos que el Ministerio se pronuncie al respecto.

SEÑORA PRESIDENTA.- Agradecemos la información que nos han brindado y les reiteramos que esta Comisión siempre está dispuesta a recibir los planteos y la documentación que entiendan pertinente.

SEÑOR FIANDRA.- Nosotros también les agradecemos por habernos recibido y deseamos insistir en cuanto a que estamos a la orden. Si bien es obvio que no nos van a pedir permiso, pensamos que algunas cosas saldrán mejor si actuamos coordinadamente con el Ministerio de Salud Pública, del cual no somos enemigos.

SEÑOR MERCADER.- Hago entrega del memorándum, para que pueda ser analizado por los distintos integrantes de la Comisión.

(Se retira de Sala la delegación de la Compañía Industrial de Tabacos Monte Paz S.A.)